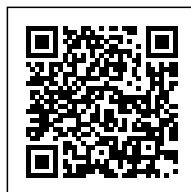




WZOROWA STRONA WIRTUALNEJ ASYSTENTKI

Posted on 15 listopada 2019 by Joana Shepherd



Category: [porady](#)

Tag: [strony](#), [wirtualna asystentka](#), [WordPress](#)

Prawie każdy, kto prowadzi biznes online, potrzebuje obecnie Wirtualnej Asystentki. To bardzo dobrze - lubimy, kiedy jest popyt na nasze usługi. Ale czy zastanawiałaś się, co zrobić, żeby wygrać z konkurencją już na samym starcie? Czy masz stronę internetową, która od pierwszego wejścia zakocha w Tobie potencjalnego klienta?

zasady ogólne

Czy przy budowie swojej strony www zastanawiałaś się nad potrzebami Twoich klientów czy raczej przedstawiłaś na niej całą swoją wiedzę? Zmierzam do tego, że częstym błędem początkujących WA jest "zagadanie" klienta swoją wiedzą, wszystkimi posiadanymi umiejętnościami. Nie ma konieczności, abyś na stronie pisała o wszystkich kursach w jakich brałaś udział lub "wypauzowała" wszystkie kompetencje. Nadmiar tych informacji przytłacza i trudno jest się w nich odnaleźć.

Klient, który szuka WA ma określoną wizję swojej asystentki, wie do czego będzie ona pomocna. Ważne, aby na Twojej stronie te określone elementy były łatwo zauważalne.

Ważne jest również to, abyś na stronie przedstawiła swoje realne umiejętności i zadania, w jakich

możesz pomóc. Nie pisz o rzeczach, których nie umiesz, tylko po to, aby wzbogacić swój zakres oferty. To wszystko może przyjąć formę *landing page*. Mi osobiście bardzo odpowiadają proste wizytówkowe strony, na których w krótkich zdaniach mam przedstawione najważniejsze informacje. Minimalizm cenę najbardziej.

elementy stałe - obligatoryjne!

1. **oferta** - I know, I know ... - oczywista oczywistość, a jednak warto nad nią popracować! Z rozmów z dziewczynami, które mają już kilkuletnie doświadczenie w tej branży, wiem, że jest jeden klasyczny błąd wszystkich początkujących WA. Jest nim napisanie na stronie wszystkiego, co się umie i wszystkiego, co można umieć (zgodnie z zasadą - przecież zanim ktoś mi to zleci, zdążę się nauczyć). Aby nie stresować się nadmiernie, że spośród morza kompetencji, klient zażyczył sobie akurat to, co umiesz najmniej, wyrzuć ze swojej oferty to, co nie jest Twoją mocną stroną. Podczas opisywania swojej oferty skup się na tym, co umiesz najlepiej, opisz jakie masz doświadczenie w tym zakresie. Przekonaj klienta, że naprawdę wiesz, na czym polega dane zadanie, nie udawaj kogoś, kim nie jesteś. No i oczywiście - jeśli chcesz się rozwijać w tym zakresie, ucz się nieustannie i aktualizuj swoją wiedzę.
2. **kontakt** - zadбай, aby adres e-mail był właściwie podpięty do formularza kontaktowego. Jeśli nie masz na stronie formularza, pamiętaj, aby na stronie podany był zawodowy e-mail, a nie prywatny w stylu: dziubek54@, lala3, misiapysia@. Chyba nie muszę tłumaczyć, dlaczego warto tego unikać ...
3. **przekierowania do społeczności** - dzięki podpięciom do social mediów, Wirtualna Asystentka zyskuje dodatkowe punkty. Potencjalny klient może szybko zweryfikować jej styl pracy, umiejętność zarządzania mediami społecznościowymi (zwłaszcza, jeśli ma to być jedno ze zleczanych zadań). Przez link do swojego Instagrama, Facebooka czy Tweetera dajesz też możliwość obserwowania swoich działań ludziom, którzy może nie teraz, ale w przyszłości zechcą skorzystać z Twojej oferty. Niech Twoje profile również będą gościnne dla Twoich obserwatorów.
4. **polityka prywatności** - pamiętaj o wymogu poinformowania czytelnika wchodzącego na Twoją stronę o zbieranych danych. Nawet jeśli nie masz tam zapisu do newslettera czy skonfigurowanych "śledzących" plików, przygotuj na stronie informację o tym, jak przetwarzasz dane osób odwiedzających Twoją stronę.
5. **cennik** - nie lubię niejasności, dlatego chcę od razu wiedzieć ile konkretne zlecenie będzie

mnie kosztować. Cennik na stronie WA pokazuje, że znasz cenę swojego czasu i umiejętności wkładanych w pracę. Jest to ważne także dla klienta, który na wczesnym etapie *researchu* weryfikuje swoją wizję finansowych możliwości dedykowanych tej współpracy.

elementy zmienne - akcje czasowe lub rozwiązania niekonieczne

1. **pop up-y** - lubię to rozwiązanie, ponieważ za ich pomocą można szybko poinformować czytelnika / klienta o ważnych akcjach z ograniczonym terminem ważności. Motywuje to do zainteresowania danym wydarzeniem i zachęca do aktywnego w nim udziału. Wirtualna Asystentka powinna jednak pamiętać, aby nie był to nachalny pop up, tj. żeby tak skonfigurować jego pojawienie się, aby nie przeszkadzał co 30 sekund utrudniając przeglądanie strony. Ja zwykle stosuję jedną zasadę - jeśli czytelnik za pierwszym razem kliknie "krzyżyk" pop up'a, okienko więcej mu się nie pokaże. To uczciwe rozwiązanie i nie denerwuje odbiorcy.
2. **akcje promocyjne na blogu** - jeśli masz akurat więcej czasu i szukasz nowych klientów, poinformuj o tym na blogu (jeśli go masz). Możesz zaplanować serię artykułów w których pokażesz, jak pracujesz, z jakich rozwiązań korzystasz lub co ciekawego ostatnio czytałaś. Taki mini backstage ukazuje Ciebie jako osobę, a przecież jako Wirtualna Asystentka poza zleceniami masz również do zaoferowania swoje własne pomysły czy sugestie, które zlecniodawcy mogą ułatwić pracę.
3. **limitowane super oferty** - czyli oferowane przez Ciebie usługi złączone w pakiety. Np. kiedy masz na stronie rozpisane zadania jakie wykonujesz, przed Nowym Rokiem możesz zaoferować super okazyjne rozwiązania w promocyjnej cenie. Może to być zestaw okazjonalnych grafik, świątecznego newslettera czy kalendarz wpisów na social mediach sprzedawane jako jeden produkt.
4. **social proof** - i lubię, i nie lubię zarazem tego rozwiązania. Nie zawsze opinie zadowolonych klientów są "na temat", często są zbyt ogólne. Jeśli masz potrzebę pochwalenia się, kto jest Twoim klientem i co dla niego zrobiłaś - OK, zastosuj je. Nie rób jednak tego tylko po to, aby mieć na swojej stronie to samo, co konkurencyjne WA.
5. **call to action (button)** - nie jest on konieczny, ale mnóstwo ułatwia. Niezdecydowany klient może szybko wysłać do Ciebie zapytanie czy poprosić o wycenę bez zbędnego zastanawiania się. Sprawdzone także, że dla nieśmiałych jest to element ułatwiający

kontakt.

6. **fotografia** - nie wpływa na jakość wykonywanych usług, ale stanowi niezwykle ważny element psychologiczny. Niezdecydowany klient może odrzucić Twoją ofertę, ponieważ ... nie ma ona twarzy konkretnej osoby.

WIRTUALNA SUPERWOMAN

Wirtualna Asystentka to postać, która wg mnie, ma być wzorem w zakresach wykonywanych zadań. Współpracując z kimś takim chcę mieć pewność, że czas i pieniądze są dla niej równie cenne jak dla mnie. Dlatego pierwsze, co interesuje mnie na stronie, to jej supermoce, a także język jakim komunikuje się z potencjalnym klientem. *Social proof* ma dla mnie najmniejsze znaczenie.

Chcesz być kilka kroków przed konkurencją? Zrób sobie stronę www, która odpowie na potrzeby Twoich klientów. I pamiętaj o zasadzie, aby nie być dziewczyną od wszystkiego. *Multitasking* nie jest tym, co mądry zleceniodawca ceni najbardziej. Mądry zleceniodawca jest praktykiem biznesu, wie zatem, że aby być w czymś dobrym, trzeba koncentrować się na szczegółach. Na ilu szczegółach jesteś w stanie jako Wirtualna Asystentka się skoncentrować, jeśli masz w swoim portfolio trzydzieści kompetencji?

No i chyba najważniejsze - bądź uczciwa i szczerą. Wszelkie obietnice "złotych gór", które finalnie nie zostają odnalezione, źle wpływają na Twój wizerunek jako specjalistki. A przecież nie ma lepszej reklamy, niż marketing szeptany. Zadowolony klient to dobry nośnik reklamy dla Ciebie i Twoich usług.

There are no comments yet.